

DAFTAR ISI

ABSTRAK

ABSTRACT

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

RIWAYAT PENULIS

KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR BAGAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1 Secara Teoritis	8
1.4.2 Secara Praktis.....	9
1.5 Tinjauan Pustaka	10
1.5.1 Penelitian Terdahulu	10
1.6 Kerangka Pemikiran.....	14
1.6.1 Kajian Teoritis	14
1.6.2 Kajian Konseptual.....	16
1.7 Langkah – Langkah Penelitian.....	19

1.7.1 Lokasi Penelitian.....	19
1.7.2 Metode Penelitian	19
1.7.3 Sumber Data.....	21
1.7.4 Teknik Pemilihan Informan	21
1.7.5 Teknik Pengumpulan Data.....	22
1.7.6 Teknik Analisis Data.....	24
1.7.7 Teknik Keabsahan Data/ Validasi.....	25
1.7.8 Jadwal Penelitian	26
 BAB II STRATEGI, <i>PUBLIC RELATIONS</i>, STRATEGI <i>PUBLIC RELATIONS</i>	
<i>RELATIONS</i>	27
2.1 Strategi	27
2.1.1 Definisi Strategi	27
2.1.2 Strategi <i>Public Relations</i>	28
2.1.3 Langkah Strategi <i>Public Relations</i>	28
2.2 <i>Public Relations</i>	30
2.2.1 Definisi <i>Public Relations</i>	30
2.2.2 Fungsi <i>Public Relations</i>	31
2.2.3 Tujuan <i>Public Relations</i>	32
2.3 Citra.....	33
2.3.1 Definisi Citra.....	33
2.3.2 Citra Perusahaan	34
2.3.3 Upaya Memperoleh Citra yang Baik	34
2.4 Media Sosial.....	35

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
3.1 Gambaran Objek Penelitian	37
3.1.1 Sejarah PT Bio Farma (Persero)	37
3.1.2 Visi dan Misi PT. Bio Farma (Persero)	39
3.1.3 Logo Perusahaan	40
3.1.4 Arti Logo Perusahaan.....	40
3.1.5 Budaya Perusahaan	41
3.1.6 Struktur Organisasi	42
3.1.7 Susunan Dewan Komisaris dan Direksi.....	43
3.1.8 Produk Perusahaan.....	43
3.1.9 Sejarah Divisi Corporate Communications.....	44
3.1.10 Struktur Organisasi Corporate Communications	45
3.1.11 Job Descriptions	45
3.1.12 Prestasi yang pernah diraih oleh PT Bio Farma (Persero).....	53
3.1.13 Reputasi Perusahaan	56
3.2 Data Profil Informan	59
3.3 Langkah – langkah Strategi Mendefinisikan Masalah (<i>Defining the Problem</i>)	60
3.4 Langkah – langkah Strategi Merencanakan dan Memprogram (<i>Planning and Programming</i>).....	77
3.5 Langkah – langkah Mengambil aksi dan Mengkomunikasikannya (<i>Taking Action and Communicating</i>).....	82

3.6 Langkah – langkah Strategi Mengevaluasi Program (<i>Evaluate The Program</i>)	90
3.7 Hasil Penelitian	104
BAB IV PENUTUP	105
4.1 Kesimpulan	105
4.2 Saran.....	106

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	14
Table 2 Jadwal Penelitian.....	26
Tabel 3 Daftar Komisaris dan Direksi PT Bio Farma (Persero)	43
Tabel 4 Daftar Nama Produk (Vaksin) PT Bio Farma (Persero).....	43
Tabel 5 Tugas Utama Kepala Bagian Corporate Communications	46
Tabel 6 Tugas Utama Staff Corporate Communications	47
Tabel 7 Tugas Utama Staff Corporate Communications Internal.....	49
Table 8 Tugas Utama Staff Corporate Communications Eksternal	51
Table 9 Tugas Utama pelaksana News and Information	52
Table 10 Data Informan	59


uin
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Kerangka Pemikiran.....	18
Bagan 2 Struktur Organisasi PT Bio Farma (Persero).....	42
Bagan 3 Struktur Organisasi Divisi Corporate Communications	45
Bagan 4 Hasil Olahan Peneliti	77
Bagan 5 Hasil Olahan Peneliti	82
Bagan 6 Hasil Olahan Peneliti	89
Bagan 7 Hasil Olahan Peneliti	103
Bagan 8 Hasil Olahan Peneliti	104

